



Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH  
Institut an der FernUniversität in Hagen

---

IWW-Studienprogramm

Vertiefungsstudium

**Modul XV: „Internationales Marketing“**

## **1. Musterklausur**

Zu Übungszwecken können Sie die Klausur auf Ihrem Rechner abspeichern, mit einem PDF-Reader öffnen und Ihre Lösungen in die vorgesehenen Antwortfelder eintragen.

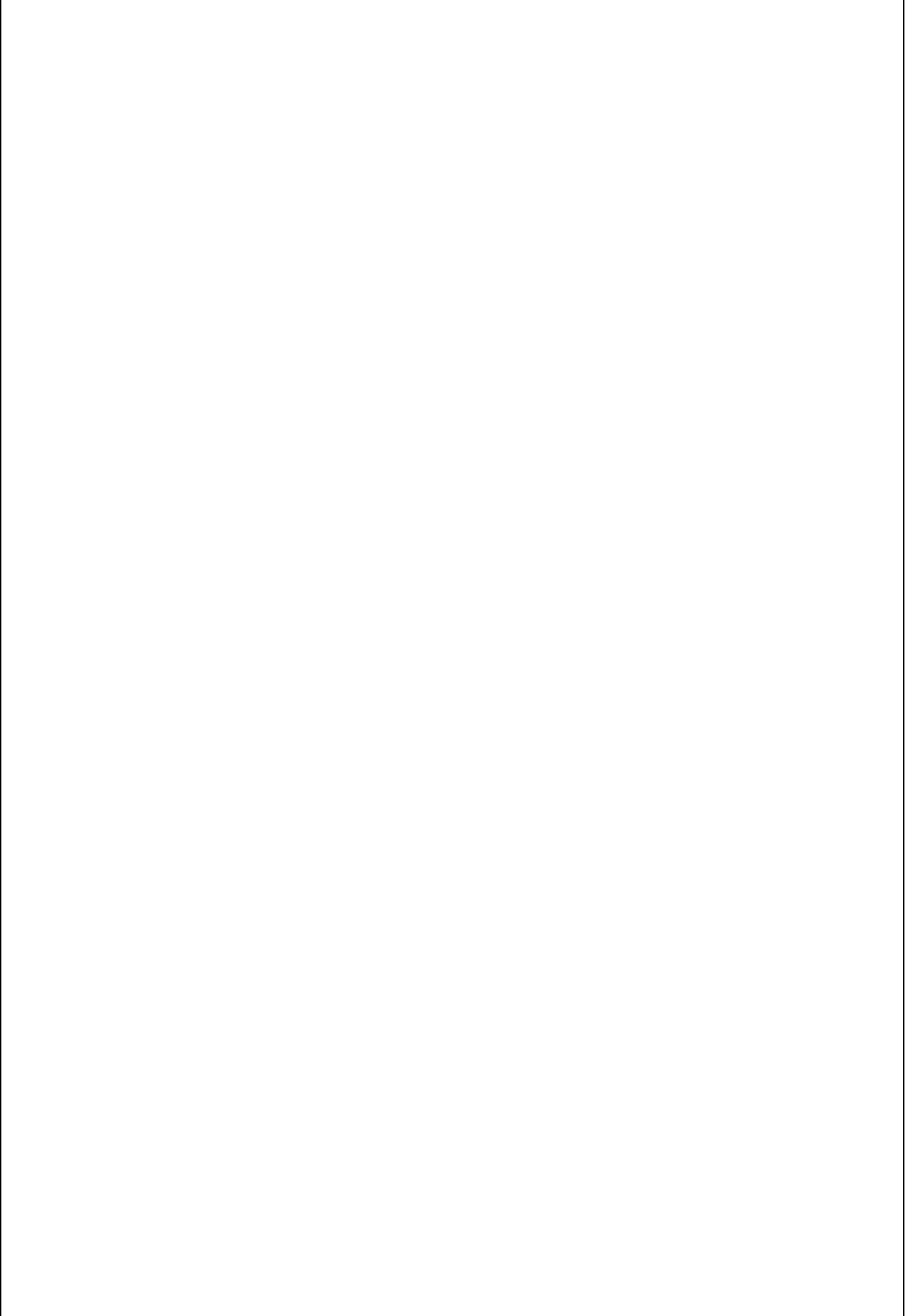
Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdruckes, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des IWW – Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für jede Form der Kommunikation zwischen den Studierenden des IWW.

**Aufgabe 1:****60 Punkte**

Die zunehmende Wettbewerbsintensität und die vielfach gesättigten Binnenmärkte führen nicht selten zu einer Internationalisierung der Geschäftstätigkeit von Unternehmen.

- a) Zeigen Sie anhand eines selbst gewählten Beispiels, welche Rahmenbedingungen ausländischer Märkte im Vorfeld eines geplanten Markteintritts von einem Unternehmen analysiert werden sollten, um das Markteintrittsrisiko zu reduzieren!  
(30 Punkte)

**b) Stellen Sie nun dar, wie eine Auswahl Erfolg versprechender Ländermärkte systematisch von einem Unternehmen vorgenommen werden kann! Skizzieren Sie die Schwächen einer derartigen Vorgehensweise! (20 Punkte)**

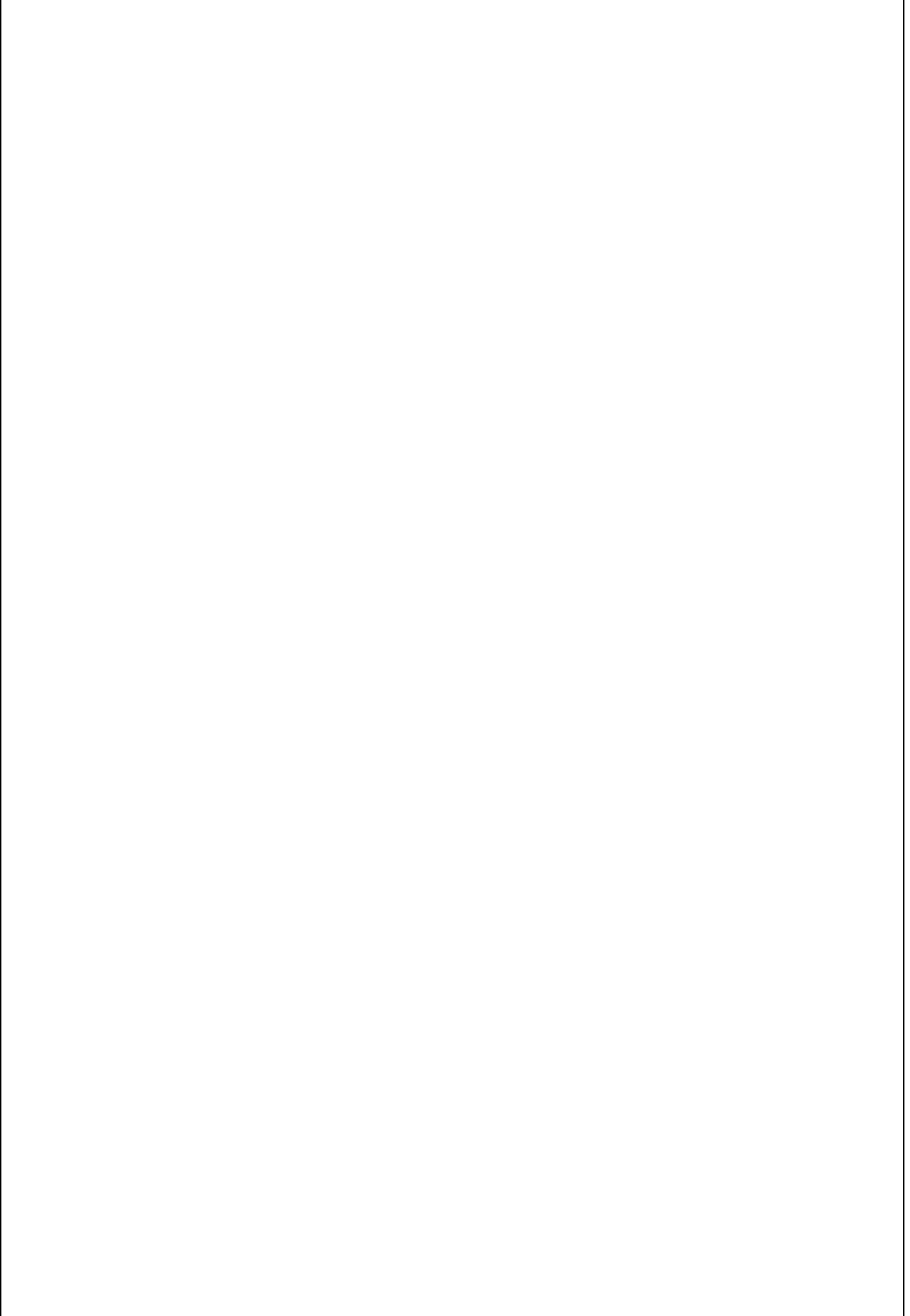


- c) Im Rahmen der strategischen Bewertung von Ländermärkten kommt der Identifizierung von Ländermärkten, die sich potenziell als ‚Brückenkopf‘ eignen, eine herausragende Bedeutung zu. Erläutern Sie den Begriff des ‚strategischen Brückenkopfes‘ und verdeutlichen Sie, inwieweit die länderübergreifende Timingstrategie durch den Aufbau eines Brückenkopfes determiniert wird! (10 Punkte)**

**Aufgabe 2:****60 Punkte**

**Joint Ventures werden häufig als Form der internationalen Kooperation gewählt.**

- a) Erläutern Sie die Voraussetzungen, unter denen Joint Ventures eine adäquate Form des Markteintritts sind! (30 Punkte)**





**b) Welche Faktoren können die Stabilität eines Joint Ventures beeinflussen?  
(20 Punkte)**

**c) Gibt es Ihrer Meinung nach im Rahmen eines internationalen Joint Ventures eine bestimmte Form der Vertriebsorganisation, die idealtypisch zu wählen ist? Begründen Sie Ihre Antwort! (10 Punkte)**

---

Bei Bedarf können Sie hier zusätzliche Lösungshinweise eintragen. Geben Sie dabei jeweils genau an, auf welchen Aufgabenteil Sie sich beziehen.

**ENDE**